

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kementrian pariwisata saat ini telah menetapkan target pencapaian di tahun 2019 mendatang yaitu target devisa yang ditargetkan mencapai Rp.240 triliun di tahun 2019 yang pada tahun 2014 diposisi Rp.120 triliun dan juga menargetkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara menjadi 20 juta wisatawan di tahun 2019 dan posisi di tahun 2014 adalah 9 juta wisatawan mancanegara. Hal tersebut membuat pemerintah bersinergi dengan beberapa pihak pengelola usaha pariwisata untuk mewujudkan target tersebut (Kemenpar.go.id. 2018).

Kepariwisata akan secara terus menerus memberikan dorongan dan sumbangan kepada pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang dan ekonomi masyarakat. Hal tersebut cenderung terjadi di seluruh negara di dunia dan salah satu nya Indonesia. Indonesia memiliki posisi yang strategis yang terletak di antara dua samudera dan dua benua. Posisi ini menguntungkan bagi berkembangnya pariwisata, sebab dengan posisi seperti ini Indonesia akan menjadi perlintasan transportasi orang yang berpergian dari benua satu ke benua lainnya.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat di dunia, terlebih Indonesia, sangat didukung oleh keadaan alam dan budayanya yang begitu beragam, selain itu juga Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki pulau terbanyak di dunia dan mempunyai pantai terbanyak di Asia Tenggara. Sektor pariwisata merupakan salah satu faktor andalan pemerintah Indonesia untuk menghasilkan devisa negara, oleh karena itu pemetaan, pengembangan, pengelolaan dan pembiayaan kawasan wisata harus mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah. Meningkatnya jumlah wisatawan nusantara yang melakukan kegiatan wisata diikuti pula oleh program pemerintah Indonesia dalam

mempromosikan pariwisata Indonesia ke dunia Internasional. Daya tarik wisata yang dimiliki Indonesia memiliki keunikan tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung, Indonesia memiliki banyak potensi pariwisata yang tersebar di berbagai provinsi.

Berbicara mengenai sektor pariwisata, kota Palembang layak dijadikan sebagai salah satu kota yang bisa dikatakan memiliki nilai jual yang tinggi dari sektor pariwisata. Berikut ini data jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara kota Palembang tahun 2014-2017 yang bisa dilihat pada tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan**  
**Kota Palembang Tahun 2014 -2017**

<b>Tahun</b>	<b>Wisatawan Nusantara</b>	<b>Wisatawan Mancanegara</b>	<b>Jumlah</b>
2014	1.819.346	8.861	1.828.207
2015	1.724.275	8.028	1.732.303
2016	1.899.887	9.261	1.909.148
2017	2.001.567	9.850	2.011.417

*Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palembang PHRI Sumsel dan Kantor Imigrasi Kelas 1 Kota Palembang, 2017*

Salah satu potensi wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia terletak di Kota Palembang Sumatera Selatan. Daya tarik wisata di Kota Palembang meliputi berbagai jenis wisata, antara lain alam, sungai, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata konvensi, museum, wisata belanja, dan wisata kuliner. Salah satu potensi yang menjadi daya tarik wisata di Kota Palembang ialah wisata kuliner.

Wisata kuliner di Kota Palembang yang beragam belum sepenuhnya dikemas menjadi atraksi wisata andalan kota. Padahal jika dilihat dari sisi potensi kuliner yang beragam, Kota Palembang memiliki beranekaragam referensi kuliner yang

lezat yang tersebar di berbagai penjuru daerah di Kota Palembang dengan ke khasan nya masing-masing. Kekayaan kuliner tersebut merupakan sebuah modal besar yang harus dimanfaatkan dalam rangka pengembangan daerah dari sisi kepariwisataan. Kota Palembang memiliki beraneka ragam tempat-tempat kuliner yang bisa menjadi tujuan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut yang disebabkan oleh kurangnya konsumen yang berkunjung, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen. Hubungan baik akan tercipta bila sebuah bisnis kuliner mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Selain itu kepuasan pelanggan juga merupakan sumber informasi yang efektif bagi manajemen dalam melakukan perbaikan terhadap layanannya.

Salah satu kuliner yang menjadi potensi wisatawan untuk berkunjung ke kota Palembang adalah Pindang Palembang. Pindang merupakan olahan kuah yang memiliki perpaduan rasa segar, gurih dan pedas yang sangat khas. Pindang dibuat dari bumbu rempah khas Indonesia. Sumatera Selatan memiliki berbagai macam pindang seperti Pindang Musi Rawas, Pindang Meranjat, Pindang Sekayu, Pindang Pegagan dan Pindang Palembang.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Strategi Promosi Makanan Tradisional Khas Palembang Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kota Palembang (Studi Kasus Pindang Palembang)”***.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh strategi promosi yang dilakukan dalam mempromosikan makanan tradisional khas Palembang Pindang dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan ke Palembang.

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan yang semula direncanakan sehingga mempermudah mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis menetapkan batasan-batasan yaitu membahas pengaruh strategi promosi yang dilakukan Rumah Makan Sri Melayu, Pondok Kelapa, dan Pindang Musi Rawas untuk mempromosikan makanan tradisional khas Palembang (Pindang) dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan ke Palembang.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi promosi yang dilakukan untuk mempromosikan makanan tradisional khas Palembang (Pindang) dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan ke Palembang.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Praktis**

Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan adalah bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan mengenai ilmu pariwisata yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian, penulis berharap manfaat hasil penelitian dapat diterima sebagai komponen daya tarik wisata kuliner

pada rumah makan harum agar dapat menarik minat kunjung wisatawan baik nusantara maupun mancanegara.

## 2. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu Kepariwisata dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa dan mahasiswi yang melakukan kajian pengembangan destinasi wisata kuliner tidak hanya di Rumah makan harum saja, tapi destinasi wisata kuliner lain yang memiliki potensi untuk dikembangkan.